

Universidad del Salvador

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Licenciatura en Relaciones Públicas

Tesis monográfica/Tesina

Comunicación, solidaridad y donación de órganos en la República Argentina



Realizado por: Paula Alvarez

Director de la carrera de Relaciones Públicas: Lic. Manuel Montaner

Tutor de la tesis monográfica: Lic. Lautaro Bustos Suárez

Asesor metodológico: Prof. Leonardo Cozza

Índice

Agradecimiento.....	6
Introducción	7-10

Desarrollo

1. Capítulo I

<u>Trasplantes, origen e historia.....</u>	<u>11-24</u>
1.1 Orígenes de los trasplantes.....	11-12
1.2 ¿Qué es un trasplante de órganos?.....	12-13
1.3 Historia de trasplantes en Argentina.....	13-14
1.4 Organismos jurisdiccionales.....	14-16
1.5 Órganos que se trasplantan.....	16-18
1.5.1 Tejidos que se trasplantan.....	18-20
1.5.2 Células progenitoras hematopoyéticas.....	20-22
1.6 Posibilidad de donación con donantes vivos.....	22-23
1.7 ¿Qué es la procuración de órganos y tejidos?.....	23
1.8 Prohibiciones.....	23-24

2. Capítulo II

<u>La organización: El Incucaí.....</u>	<u>25-48</u>
2.1 El Incucaí.....	25
2.2 Legislación vigente.....	25
2.2.1 Sanción de la Ley 24.193.....	25-26
2.2.2 Condiciones de muerte encefálica.....	26-27
2.2.3 Artículos 23 y 24 de la Ley 24.193. Bases para el diagnóstico de muerte bajo criterios neurológicos.....	27-28

2.2.4 Diferencias entre muerte encefálica, estado de coma y estado vegetativo.....	28-29
2.2.5 Ley 26.066. Ley del Donante Presunto.....	29-33
2.3 Programa Federal de Procuración de Órganos y Tejidos.....	33-34
2.4 Mantenimiento Hemodinámico.....	34-35
2.4.1 Mantenimiento del donante de órganos.....	35
2.4.2 Manejo intraoperatorio.....	35-36
2.5 ¿Cómo se manejan las listas de espera?.....	37-38
2.6 Funciones del Incucaí.....	38-39
2.6.1 Funciones de las diferentes partes de la organización.....	39-43
2.7 Sistema Nacional de Información de Procuración y Trasplantes de la República Argentina (SINTRA).....	43-48

3. Capítulo III

<u>Relaciones Públicas y Comunicación.....</u>	49-64
3.1 Relaciones Públicas.....	49
3.1. Las Relaciones Públicas como proceso IACE.....	49-58
3.2 Publicidad del Bien Público.....	58-59
3.3 Diferencias entre Relaciones Públicas y Publicidad.....	59-60
3.3.1 Diferencias entre Relaciones Públicas y Propaganda.....	60
3.4 Comunicación Institucional.....	60-61
3.4.1 Comunicación en las organizaciones.....	61-63
3.4.2 Comunicación Externa.....	63-64

4. Capítulo IV

<u>Gestión de atributos intangibles y grupos de interés.....</u>	65-89
4.1 Imagen Corporativa.....	65-67
4.1.2 Las 15 funciones de la Imagen Corporativa.....	67-71

4.2 Identidad Corporativa.....	71-73
4.2.1 Filosofía Corporativa.....	73
4.2.2 Misión, Visión y Valores Corporativos.....	73-74
4.2.3 Cultura Corporativa.....	74-76
4.3 Reputación Corporativa.....	76-77
4.4 Stakeholders.....	77-80
4.4.1 Estructura e Infraestructura de los públicos.....	80-82
4.4.2 Elementos para el reconocimiento de los públicos.....	82-83
4.4.3 Vínculos entre la organización y los públicos.....	83-84
4.4.4 Diferentes públicos que tienen las organizaciones.....	84-85
4.4.5 Dimensiones de los grupos de interés.....	85-86
4.4.6 Principales grupos de interés de una organización.....	86-88
4.4.7 Beneficios de mantener relaciones con los públicos.....	88-89

5. Capítulo V

<u>Percepción de las personas acerca de la donación de órganos y resistencias hacia la donación.....</u>	90-107
5.1 ¿Qué es la percepción?.....	90
5.1.2 Características de la percepción.....	90-91
5.1.3 Componentes de la percepción.....	91-92
5.1.4 Proceso de percepción.....	92-94
5.2 Percepciones de la población acerca de la donación de órganos.....	94-95
5.3 Análisis de trabajo de campo.....	95-102
5.4 Posturas de las religiones.....	102-104
5.5 Resistencias hacia la donación de órganos.....	104-107

6. Capítulo VI

<u>Análisis de caso: El Incucaí.....</u>	108-140
6.1 Relaciones públicas.....	109-114

6.2 Publicidad del Bien Público.....	115-116
6.3 Comunicación.....	116-127
6.3.1 Mensajes del Incucaí.....	127-134
6.4 Imagen Corporativa.....	134
6.5 Identidad Corporativa: Misión, Visión y Valores Corporativos.....	135
6.6 Stakeholders.....	135-136
6.6.1 Infraestructura de los públicos.....	136-137
6.6.2 Principales grupos de interés del Incucaí.....	137-140

7. Análisis y conclusiones.....141-150

Anexos.....151-154

❖ Formulario de la encuesta.....	151
❖ Bibliografía.....	152-154

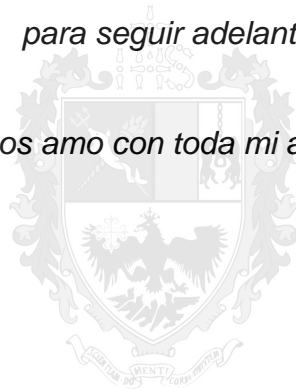


USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

*Dedicado a mi papá que me guió en todo momento desde el cielo, y fue
el quién me llevo a elegir este tema. Espero que desde dónde te encuentres,
estés orgulloso de tu hija.*

*También se lo dedico a mi mamá que me acompañó y me dio muchas fuerzas
para seguir adelante.*

Los amo con toda mi alma.



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

INTRODUCCIÓN

El trasplante de órganos y tejidos en los últimos tiempos se ha ido propagando como una herramienta para salvar y mejorar la calidad de vida de miles de personas, que no tienen otra alternativa a la cual acudir. Este tratamiento requiere no sólo del compromiso de los médicos y profesionales del área, sino que requiere también del compromiso de la sociedad en sí, del Gobierno y de los medios de comunicación, ya que son ellos quienes brindando información generan conciencia y conocimiento, pero, ¿Se genera en verdad conciencia? ¿Se informa a la sociedad cuáles son los requisitos para ser donantes? ¿Existe un plan de comunicación efectivo en el Incucaí (Instituto Nacional Central único coordinador de Ablación e implante) que llegue a gran parte de la sociedad? ¿La sociedad está al tanto de los diferentes procesos que se llevan a cabo para poder ser donante de órganos? Estos son algunos de los temas que vamos a abordar a lo largo de esta investigación.

Creemos que existe una falta de información fehaciente sobre la donación de órganos y tejidos en Argentina, esto trae como consecuencia una desinformación que conlleva a muchas personas a no querer ser donante de órganos, sin saber siquiera cómo funciona este sistema.

Entendemos que el presente tema es muy delicado ya que se abordan perspectivas tales como la vida y la muerte y entran en juego factores psicológicos, sociales y religiosos.

Debido a que es un tema profundo y complicado se hace difícil concientizar a la población argentina de lo importante que es expresar en vida la voluntad de donar sus órganos y tejidos, logrando de esta forma mejorar la calidad de vida de muchas personas y salvar la vida de otras tantas. Es aún más complejo cuando no abunda información para despejar dudas, desmitificar

ciertos mitos y para inculcar a la sociedad la cultura de ser donantes de órganos.

A lo largo de este proyecto se intentará analizar si el Incucaí y los medios de comunicación se encargan de mantener informada a la sociedad sobre la importancia de donar órganos y tejidos, de cómo se llevan a cabo los operativos de trasplantes y todo lo necesario para informar a la sociedad.

Sin comunicación, sin mensaje, sin información no hay conciencia. El mensaje es la materialización de la comunicación que un emisor transmite a un receptor. Sin mensajes no hay comunicación [...]¹

Analizaremos si el Incucaí emite mensajes y si estos llegan a un público masivo y notorio; examinaremos las campañas del Incucaí y su frecuencia y sus formas de comunicar a la sociedad, si es que las tiene.

Toda organización debe comunicar a sus públicos, debe estar alerta sobre lo que la gente cree y piensa acerca de ella, para poder alcanzar su misión y sus objetivos.

Se describirán conceptos de comunicación, imagen, públicos, identidad institucional: cultura y filosofía corporativa. Se estudiará el marco legislativo que regula la donación de órganos y tejidos, sus orígenes, entre otros conceptos. Se realizarán encuestas a personas de diferentes edades y sexo elegidas al azar con el fin de comprobar o refutar la hipótesis que se plantea en este proyecto:

Falta de información clara y precisa en materia de donación de órganos y tejidos. Esto trae como consecuencia que la sociedad argentina no le de la importancia que se merece, disminuyendo de esta forma la cantidad de

¹ Jordi, Xifra, Teorías y Estructuras de las Relaciones Públicas, Madrid, 2003, p.213.

potenciales donantes y aumentando la cantidad de muertes de personas que se van esperando un órgano que nunca llega.

En el capítulo I se abordará el origen de los trasplantes, la historia de los mismos en la República Argentina, se describirán que son los trasplantes, que se necesita para poder ser donante de órganos, que órganos y que tejidos se trasplantan, entre otras cosas.

En el capítulo II el eje principal será la organización: el Incucai; las leyes que regulan esta actividad; mencionaremos las diferencias entre muerte encefálica (requisito fundamental para poder donar órganos) estado de coma y estado vegetativo, punto que confunde a la sociedad, ya que se cree que cuando un paciente presenta muerte cerebral, aun se encuentra vivo, pero esto es una grave creencia que confunde a gran parte de la sociedad y hace que muchos no quieran ser donantes de órganos o tejidos, o que su familia manifieste la negativa a la hora de tomar la decisión sobre los órganos de un familiar. Además haremos referencia al mantenimiento hemodinámico, qué es la preservación de todos los órganos para asegurar el trasplante y las evaluaciones para saber qué órganos y tejidos están aptos para el trasplante y cuáles no y luego la asignación de los mismos entre los pacientes en lista de espera.

En el capítulo III se abordarán conceptos de relaciones públicas y comunicación. Las relaciones públicas son un proceso, un conjunto de acciones, cambios o funciones que implican un resultado. Una forma de describir este proceso es utilizar las siglas IACE (Investigación, Acción, Comunicación y Evaluación). En este capítulo también se hará referencia a la publicidad del bien público: el desafío de la comunicación social. Se mostrarán además las diferencias entre relaciones públicas, publicidad y propaganda. Y se

finalizará el capítulo hablando de comunicación institucional, comunicación en las organizaciones y comunicación externa.

El eje principal del capítulo IV será la gestión de atributos intangibles y los grupos de interés. Se describirá la imagen corporativa que según Paul Capriotti, es la estructura mental de la organización que se forman los públicos, como resultado del procesamiento de toda la información relativa a la organización. Se desarrollarán las 15 funciones de la imagen. Además se describirán conceptos como identidad corporativa; filosofía corporativa; misión; visión y valores corporativos; cultura corporativa y reputación corporativa y por último se explicará el término stakeholders.

En el Capítulo V se abordará la percepción que tienen las personas acerca de la donación de órganos. Para saber cuán informadas están las personas acerca de la donación de órganos y cuál es su posición se llevo a cabo una encuesta a través de la herramienta Google Drive, las personas fueron elegidas al azar, el rango etario va desde los 16 hasta los 60.

El sexto y último capítulo hace referencia al análisis de caso. Se hará hincapié en los diferentes conceptos que se fueron mencionando a lo largo de la investigación.

CAPÍTULO I: Trasplantes, origen e historia.

1.1 - Orígenes de los trasplantes.

El trasplante de órganos existe en la historia de la humanidad mucho antes de que la medicina pudiera lograrlo. El ser humano siempre estuvo interesado en reemplazar partes del cuerpo, en los relatos bíblicos que aluden a la creación del hombre encontramos algunos ejemplos como la costilla de Adán extraída para dar origen a una nueva vida. En otras culturas como la egipcia, la hindú y la azteca, hay manifestaciones artísticas de cuerpos a los que se les han cambiado partes por las de otros seres (animales o humanos).

La posibilidad de sustituir un órgano enfermo por otro sano es uno de los eventos más importantes del siglo XX en el ámbito de la medicina. Esto fue logrado gracias a cientos de investigaciones a lo largo de varios años.

La extracción de órganos de donantes vivos o fallecidos para su trasplante a pacientes enfermos comenzó con mayor frecuencia luego de la Segunda Guerra Mundial.

Una de las dificultades de los trasplantes, además de la falta de donantes entre otras, es el famoso rechazo del órgano, el sistema inmune del cuerpo no toleraba el injerto de tejido o del órgano trasplantado.

El éxito dependía de la semejanza de los antígenos de histocompatibilidad entre donante y receptor. Estos antígenos son moléculas que están presentes en las células del organismo y que determinan a cada persona como única, son heredados de los padres y la compatibilidad de estos antígenos entre el donante y el receptor determina si el órgano podrá o no ser trasplantado. Esto se comprobó en 1954 cuando Joseph Murray realizó el primer trasplante exitoso entre gemelos humanos y no hubo rechazo dada la perfecta compatibilidad entre donante y receptor.

Finalizando la década del '50 un grupo de investigadores, empezó a utilizar la radiación para evitar este problema, pero no lo lograron. El avance de estas investigaciones llevo a la creación de drogas inmunosupresoras que lograban evitar el rechazo del órgano o el tejido implantado.

En la década del 80' hay un cambio muy importante en lo que respecta a los trasplantes de órganos y tejidos, aparece la Ciclosporina, esta droga logra reducir el rechazo de los órganos trasplantados, bajando las defensas del sistema inmune del receptor. Esto es el fin de la era experimental en materia de Trasplantes.

1.2- ¿Qué es un trasplante de órganos?

Un trasplante de órganos es un tratamiento médico, que se da cuando ya se han agotado todas las herramientas para poder salvar o mejorar la calidad de vida del paciente. Es el reemplazo de un órgano enfermo y sin posibilidad de recuperación por otro sano. La esperanza de vida de estos pacientes es acotada a un trasplante, y esto sólo es posible gracias a las personas que manifiestan su voluntad de donar órganos y tejidos.

Dadas las condiciones específicas para que pueda efectivizarse, la donación de órganos es posible sólo en 4 de cada 1000 fallecimientos [...]. La donación de órganos (riñones, hígado, corazón, pulmones, páncreas e intestino) es la más compleja de llevar a cabo debido a que sólo puede concretarse si la muerte sucede en una unidad de terapia intensiva, y requiere una serie de pasos coordinados en simultáneo.

Para quienes mueran por fuera de las unidades de terapia intensiva, la donación posible se reduce a la de tejidos (córneas, huesos, articulaciones y piel).²

1.3- Historia de trasplantes en Argentina

Los trasplantes en Argentina se comienzan a arraigar a finales de los años 70' luego del descubrimiento de drogas inmunosupresoras y de la ley que dicta el Estado Argentino para regular esta práctica

En 1977 se dicta la Ley 21.541 que crea el Centro Único Coordinador de Ablación e Implante (CUCAI), nace como un organismo centralizado del Ministerio de Bienestar Social, Secretaría de Salud Pública, que regulaba la donación de órganos y control de los trasplantes, fue un enorme avance en la organización de la procuración de órganos y su distribución, que se afianzó con el correr de los años.

El primer trasplante en Argentina no es tan reciente como se podría suponer, se realiza en 1928 y corresponde a un trasplante de córneas. En 1948 en el Hospital Italiano se realizan los primeros injertos óseos en nuestro país. En 1952 se funda el primer banco de córneas y tejidos, en 1957 se lleva a cabo el primer trasplante renal y en 1968 el primer trasplante cardíaco en la Clínica Modelo de Lanús. Todos estos trasplantes fueron realizados en la era de la ciclosporina, por lo que no era posible controlar los rechazos de los injertos.

En 1980 en la Fundación Favaloro, se lleva a cabo el primer programa de trasplante cardíaco.

² Comunidad. Disponible en Internet en: <http://www.incucai.gov.ar/comunidad/operativo.jsp> Consultado en mayo de 201

En 1986 se modifica la Ley 21.541 tras la sanción de la Ley 23.464. En 1988 se realiza el primer trasplante hepático en el Hospital Italiano de Buenos Aires.

En esta década se observa un gran crecimiento en lo que respecta los trasplantes de órganos y tejidos, gracias al marco legislativo y al control de las drogas inmunosupresoras.

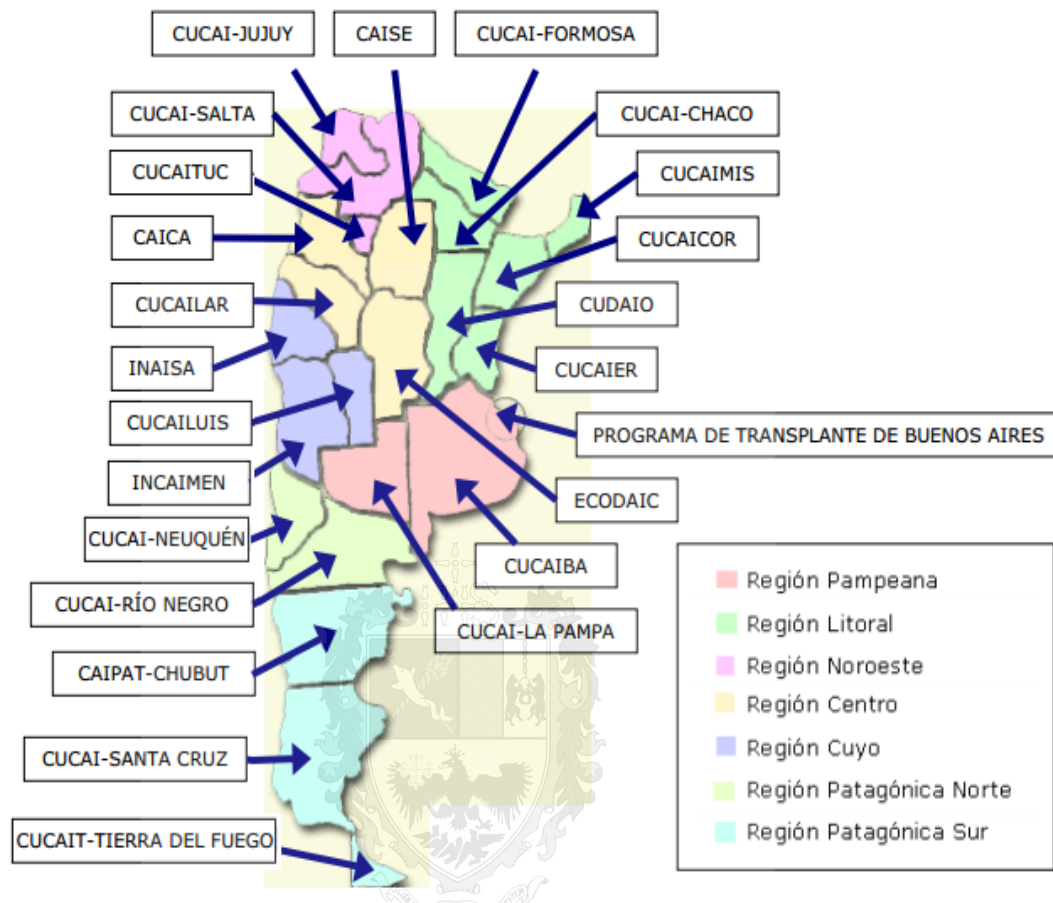
En 1990 el CUCAI finalmente se convierte en el Instituto Nacional Central Único de Ablación e Implante (Incucai), con la Ley 23.885, se transforma en un organismo descentralizado que depende del Ministerio de Salud de la Nación. En esta década se promueve desde el Estado políticas sanitarias que impulsaron nuevas instancias de coordinación. Se crearon organismos jurisdiccionales de procuración en la mayoría de las provincias argentinas, y de esta manera se optimizó la cobertura territorial.

1.4- Organismos jurisdiccionales.

El Incucai trabaja junto a 24 organismos jurisdiccionales de ablación e implante para poder impulsar, desarrollar y fiscalizar la procuración y el trasplante de órganos en todo el país. Es decir que estos organismos oficiales están presentes en todas las provincias argentinas y en la ciudad de Buenos Aires, y dependen de los ministerios de salud locales.

Estos organismos provinciales tienen un equipo con más de 130 coordinadores hospitalarios de trasplante, son profesionales que están presentes en todo el proceso desde que se detecta a un posible donante hasta que se llega al trasplante.

Estos organismos son:



Los avances científicos posibilitaron concretar trasplantes pulmonares en Argentina en 1992. Al año siguiente, se aprobó la ley que rige actualmente, modificada por la Ley 26.066, la Ley 24.193 de Trasplante de Órganos. Luego comenzaron los trasplantes de páncreas, y luego de intestino. La actividad de ablación e implante sostuvo un importante crecimiento hasta 1995, cuando se detiene el aumento en la actividad de procuración de órganos.

Desde 1998, el 30 de Mayo se celebra el Día Nacional de la Donación de Órganos. La fecha se elige en conmemoración al nacimiento del hijo de la primera mujer trasplantada de hígado en un hospital público de Argentina. De esta forma se intenta tomar conciencia de la posibilidad de dar vida tras haber recibido un trasplante. La donación de órganos permite no sólo salvar seres

humanos o mejorar su calidad de vida, sino también dar continuidad al ciclo vital.

En el 2003 para aumentar la actividad el Incucaí crea el Programa Federal de Procuración de Órganos y Tejidos, con el objetivo de incrementar la procuración de órganos para implante de modo que éstos superen la incidencia de ingresos de pacientes en lista de espera. Este mismo año empieza a funcionar en el Incucaí el Registro Nacional de Donantes de Células Progenitoras Hematopoyéticas (CPH) –creado por la Ley 25.392– para dar respuesta a personas con indicación de trasplante de CPH, es decir el trasplante de médula ósea, que explicaremos con más detalle a lo largo de la investigación.

En 2005, se aprueba la Ley 26.066, que modifica la 24.193, incorporando la figura del donante presunto, la cual entra en vigencia en 2006. La normativa establece que toda persona mayor de 18 años es considerada donante con excepción de quienes manifiesten su voluntad en contra.

En 2010 se implementa la Estrategia Hospital Donante, la cual tiene como objetivo incorporar la procuración como una actividad propia de los hospitales para incrementar la disponibilidad de órganos y tejidos para trasplante.

Actualmente este sistema de salud cuenta con miles de profesionales capacitados y con 149 centros de trasplante de órganos y más de 600 de tejidos y células habilitados, coordinados y fiscalizados por el Incucaí en todo el territorio argentino.

1.5- Órganos que se trasplantan.